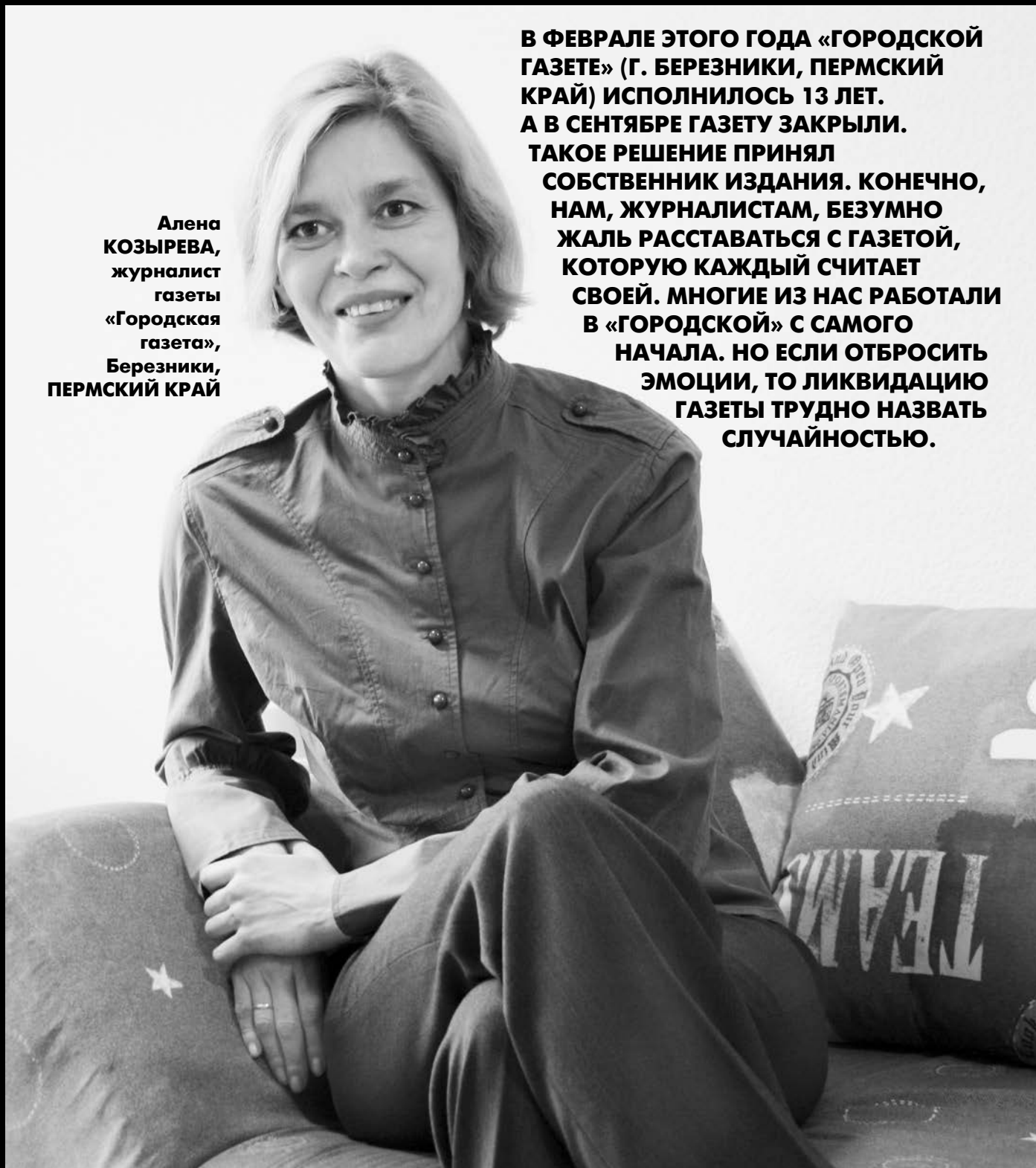


ГАЗЕТА, КОТОРАЯ НЕ СТАЛА БИЗНЕСОМ

**Алена
КОЗЫРЕВА,**
журналист
газеты
«Городская
газета»,
Березники,
ПЕРМСКИЙ КРАЙ

**В ФЕВРАЛЕ ЭТОГО ГОДА «ГОРОДСКОЙ
ГАЗЕТЕ» (Г. БЕРЕЗНИКИ, ПЕРМСКИЙ
КРАЙ) ИСПОЛНИЛОСЬ 13 ЛЕТ.
А В СЕНТЯБРЕ ГАЗЕТУ ЗАКРЫЛИ.
ТАКОЕ РЕШЕНИЕ ПРИНЯЛ
СОБСТВЕННИК ИЗДАНИЯ. КОНЕЧНО,
НАМ, ЖУРНАЛИСТАМ, БЕЗУМНО
ЖАЛЬ РАССТАВАТЬСЯ С ГАЗЕТОЙ,
КОТОРУЮ КАЖДЫЙ СЧИТАЕТ
СВОЕЙ. МНОГИЕ ИЗ НАС РАБОТАЛИ
В «ГОРОДСКОЙ» С САМОГО
НАЧАЛА. НО ЕСЛИ ОТБРОСИТЬ
ЭМОЦИИ, ТО ЛИКВИДАЦИЮ
ГАЗЕТЫ ТРУДНО НАЗВАТЬ
СЛУЧАЙНОСТЬЮ.**



Наверное, для собственника актив в виде «Городской газеты» всегда был ношей, которую до определенного момента было жаль бросать.

Хотя и тащить было непросто. В бухгалтерские тонкости нас, естественно, не посвящали, но руководство не раз говорило, что газета не окупает себя даже наполовину. И, мол, если вы (в смысле — мы) не начнете шевелиться, то все кончится очень плохо. А как шевелиться журналистам, главная задача которых — делать интересное содержание?

Каждую осень перед началом подписной кампании редакция замирала в ожидании: закроют — не закроют. Впрочем, старт подписки на 2015 год не помешал расторжению трудовых контрактов с журналистами.

Сегодня это выглядит как ирония судьбы, но в 2001 году стартовый капитал наша газета получила от тогдашнего владельца «Уралкалия» Дмитрия Рыболовлева. Был выдан кредит в 1 млн руб. Главная ставка в проекте под названием «Городская газета» делалась на имя.

В конце 1990-х годов жители нашего города очень хорошо знали журналиста «Березниковского рабочего» Андрея Лучникова. В местной прессе он совершил настоящую революцию. Первым начал разговаривать с читателем на понятном языке, к примеру, рассказывал о заседаниях городской думы интересно, азартно и остроумно. Благодаря ему читатели поняли, что политика — это увлекательно, а выборы — так вообще театр. Именно он вернул к жизни забытую местной прессой публицистику.

Вслед за Лучниковым «Березниковский рабочий» покинули несколько журналистов. Скорее всего, кроме нашего «предводителя», никто не задумывался, насколько рискованно самостоятельное плавание.

Кстати, у нашего издания имелся и свой бизнес-план. Его даже пришлось защищать перед представителями собственника. Хотя по большому счету защита оказалась пустой формальностью. Выход в «ноль» предполагался через полгода после выхода первого номера, что для общественно-политического издания, каким являлась «Городская газета», было просто невозможно.

Почти половина кредита сразу ушла на покупку техники для журналистов, верстальщика и бухгалтера. Первые полмесяца газета доставлялась березниковцам

бесплатно — четыре выпуска в неделю. Договор на доставку был заключен с почтой. Откуда взялась база читателей, теперь уже не узнать. Но факт в том, что она была. Потом объявили подписку. Однако главным источником доходов в тот период была розница. Спустя пять месяцев после выхода первого номера, в июле 2001 года, продавалось около 4 тыс. экземпляров номера с программой ТВ. В газету пришел новый менеджер по рекламе. У нее получалось. Номер с телепрограммой стал приносить некоторые доходы.

Наши зарплаты в первые два года жизни газеты были, конечно, мизерными.

Но данный факт нас не смущал. Мы были молодые и готовые терпеть лишения ради общего дела. Своим главным конкурентом по части оперативности считали местный выпуск теленовостей. И были очень рады, когда по эксклюзивности удавалось перегнать телевизионщиков.

Однако естественный ход событий нарушила конкурентная борьба с «Березниковским рабочим». Причем в буквальном смысле этого слова. Подробности пересказывать не стану. Не суть. Главное в том, что имущество «Городской газеты», а вместе с ним и редакция оказались в помещении «Березниковского рабочего». И на несколько месяцев кресла руководителей обоих изданий занял главный редактор «Городской газеты». В тот период финансовое положение обеих газет резко ухудшилось. И однажды «Городская газета» лишилась всего. Права главного редактора «Березниковского рабочего» были восстановлены через суд, а судебные приставы позволили нам покинуть помещение конкурента только с жестким диском, который верстальщик забрал с собой. На нем был записан свежесверстанный номер.

После этого «Городская» стала выходить один раз в неделю, газету верстали на домашнем компьютере (помог тот самый жесткий диск). Типография печатала газету только под гарантийные письма. О зарплатах все забыли. Впрочем, и положение «Березниковского рабочего» было не лучше. Как выразился тогда руководитель городской милиции (он со стороны наблюдал за борьбой конкурентов): «Сейчас обе газеты ничего не стоят, валяются под ногами. Приходи и забирай за пять копеек».

Так и случилось. Обе газеты купил «Уралкалий». А заодно и телевидение, и типографию вдобавок. Получился медиапул. Задачи перед ним стояли преимущественно политические. Зарплаты журналистов сильно поправились. Никто не жаловался. «Городская» вернулась к ежедневному выходу. Был назначен новый главный редактор.

А потом настал черед «разводить» содержание двух ежедневных газет. Конкуренция внутри пула выглядит странно. Посему «Березниковский рабочий» остался в нише ежедневных газет, а «ГГ» ушла к еженедельникам. Экспериментам с содержанием «Городской» не было числа. Остановились на так называемой «мужской газете». То есть к информации о жизни города добавлялись темы спорта, рыбалки, охоты, автомобилей, хай-тека. Короче, мужских забав.

Газета сменила формат с А3 на А2. В Березниках такого еще не было. Выделились сразу. Большой формат позволял делать фотонОВОСТИ и фоторепортажи. О деньгах, рекламе и прочих «неприятных» вещах журналисты не думали. Думали другие.

Были объединены рекламные отделы всех СМИ, входящих в пул, и создан один отдел продаж рекламы. Кстати, регулярные соцопросы и фокус-группы показали, что, несмотря на «мужские ухищрения», главными читателями нашей газеты остаются женщины. В 2009 году «Городская газета» завоевала свой главный приз — второе место на фестивале Союза журналистов «Вся Россия».

Три года назад «Городская» вернулась к формату А3. Про «мужское» содержание благополучно забыли. Штат сократили. Осталось трое журналистов, каждый из которых прочно «сидел» на своих темах. Основные: бизнес, спорт, ЖКХ, городская власть, криминал. Для развлечения предлагались темы краеведения и садово-огородная. Ну и напоследок — истории людей.

Выстраивался такой крепенький еженедельник, которому начал доверять читатель. Модульной рекламе предпочитали текстовую. Появились платные

проекты. Например, «История успеха». Так называлась рубрика о молодых предпринимателях, ее газета делала совместно с ТВ. Были проекты «Обзор рынка», «Я — собственник» и т.д. Но все равно расстояние до окупаемости «Городской газеты» было как до Луны.

С приходом новых владельцев «Уралкалия» сменились и приоритеты для СМИ-пула. Сейчас газета — это бизнес. Но в достижении такого результата «Городская» безнадежно отстала от «Березниковского рабочего». К примеру, цена рекламы в нашей газете всегда была раза в три ниже, чем у коллег. Поэтому у отдела продаж никогда не было материального стимула искать нам рекламодателей: при равных временных затратах полученный доход существенно ниже.

Цена подписки на «Городскую» и вовсе смешная: на 2014 год 400 руб. плюс «подписка другу» за 10 руб. Идея с бесплатной подпиской появилась еще лет восемь назад для поднятия тиража газеты. Впоследствии от этого «костыля» руководство «Городской газеты» отказаться не рискнуло. Боялись уронить тираж и стать неинтересными для рекламодателя. Никто не захотел проверить, готов ли читатель платить больше. Ответ мы узнали слишком поздно.

Когда стало известно, что газета закрывается, в редакцию начали звонить и приходить читатели. Говорили, что готовы платить существенно больше, лишь бы газета жила. Слова одного из них процитирую: «Вы что, никогда не считали, сколько у вас денег? Как же вы жили? Так и сказали бы, что средств вам не хватает, мы бы обязательно помогли».

Выяснилось, что те, для кого мы работали, высоко ценили наш труд. Им был важен и необходим продукт под названием «Городская газета». И они хотят покупать его и впредь. Вот это было открытие! Ну и кого теперь винить? Самих себя?

&

